

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat serta persaingan yang begitu ketat. Saat perusahaan semakin berkembang, maka tingkat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkunganpun semakin tinggi karena adanya aktivitas perusahaan yang tidak terkendali terhadap berbagai sumber daya untuk meningkatkan laba perusahaan. Selain pihak yang terkait langsung dengan perusahaan, masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaanpun merasakan dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas operasi perusahaan. Oleh sebab itu, tanggung jawab perusahaan tidak hanya kepada para *shareholder*, tetapi juga kepada pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan, seperti pelanggan, pemilik atau investor, *supplier*, komunitas dan juga pesaing (Rika dan Islahuddin, 2008 dalam Gusti Ayu Made Ervina Rosiana, *et al* 2013:1).

CSR (Corporate Social Responsibility) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, *image* perusahaan menjadi meningkat. Investor lebih berminat untuk menanamkan saham pada perusahaan yang memiliki

citra baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, loyalitas konsumen semakin tinggi sehingga dengan waktu lama penjualan perusahaan akan membaik dan profitabilitas perusahaan juga meningkat. Jika perusahaan berjalan dengan baik, maka nilai saham perusahaan akan meningkat.

Perkembangan *CSR* secara konseptual baru di kemas sejak tahun 1980-an yang dipicu sedikitnya oleh 5 hal berikut: (1). Maraknya fenomena “*take over*” antar korporasi yang kerap dipicu oleh keterampilan rekayasa finansial. (2). Runtuhnya tembok Berlin yang merupakan simbol tumbangnya paham komunis dan semakin kokohnya imperium kapitalisme secara global. (3) Meluasnya operasi perusahaan multinasional di negara-negara berkembang, sehingga diuntut supaya memperhatikan: HAM, kondisi sosial dan perlakuan yang adil terhadap buruh. (4) Globalisasi dan menciutnya peran sektor publik (pemerintah) hampir di seluruh dunia telah menyebabkan tumbuhnya LSM (termasuk asosiasi profesi) yang memusatkan perhatian mulai dari isu kemiskinan sampai pada kekuatiran akan punahnya berbagai spesies baik hewan maupun tumbuhan sehingga ekosistem semakin labil. (5) Adanya kesadaran dari perusahaan akan arti penting merk dan reputasi perusahaan dalam membawa perusahaan menuju bisnis berkelanjutan (Rika dan Islahuddin, 2008).

Corporate Social Responsibility saat ini bukan lagi bersifat sukarela/komitmen yang dilakukan perusahaan di dalam mempertanggungjawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan bersifat

wajib atau menjadi kewajiban bagi beberapa perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya. Hal ini diatur dalam Undang - Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007. Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan : (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). (2) TJSL merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (www.hukumonline.com). Dengan adanya ini, perusahaan khususnya perseroan terbatas yang bergerak di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat (Rimba, 2010).

Sanksi pidana mengenai pelanggaran CSR pun terdapat didalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) Pasal 41 ayat (1) yang menyatakan: “Barangsiapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/ atau kerusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah”. Selanjutnya, Pasal 42 ayat (1) menyatakan: “Barangsiapa yang karena kealpaannya melakukan perbuatan

yang mengakibatkan pencemaran dan/ atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama tiga tahun dan denda paling banyak seratusjuta rupiah” (Sutopoyudo, 2009 dalam Rimba, 2010).

Bringham Gapensi (1996 dalam Laras dan Basuki, 2012) menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah sangat penting karena nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, karena dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi pula.

Naik turunnya nilai perusahaan dipengaruhi pula oleh struktur kepemilikan. Dua aspek yang perlu dipertimbangkan adalah konsentrasi kepemilikan perusahaan oleh pihak luar (*outsider ownership concentration*), dan kepemilikan perusahaan oleh manajemen (*ownership management*). Pemilik perusahaan dari pihak luar berbeda dengan manajer karena kecil kemungkinannya pemilik dari pihak luar terlibat dalam kegiatan perusahaan sehari-hari (Sri Rejeki, 2007 dalam Laras dan Basuki 2012:179).

Sembiring (2003) dalam Gusty *et al.*, (2013) mendapatkan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan menurut Preston (1978) dalam Hackston dan Milne (1996) dalam Gusty *et al.*, (2013), perusahaan akan semakin banyak mengungkapkan aktivitas CSR apabila tingkat profitabilitas perusahaan

tersebut semakin tinggi. Secara teoritis, semakin banyaknya aktivitas *CSR* yang diungkapkan oleh perusahaan, maka nilai perusahaan akan semakin meningkat karena pasar akan memberikan apresiasi positif kepada perusahaan yang melakukan *CSR* yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Investor mengapresiasi praktik *CSR* dan melihat aktivitas *CSR* sebagai pedoman untuk menilai potensi keberlanjutan suatu perusahaan. Oleh sebab itu, dalam mengambil keputusan investasi, banyak investor yang cukup memperhatikan *CSR* yang diungkapkan oleh perusahaan (Ghoul *et al.*, 2011) dalam Gusty *et al.* (2013).

Penelitian Gusti *et.al* (2013) menyatakan pengungkapan *CSR* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan *CSR* terhadap nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang menyatakan perusahaan beroperasi bukan hanya untuk kepentingan perusahaan itu namun harus memberikan manfaat terhadap *stakeholder*-nya.

Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Donatus (2011) menyatakan bahwa pengungkapan *CSR* berpengaruh signifikan secara negative dalam bentuk lemah terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel moderating tidak signifikan mempengaruhi *CSR* terhadap nilai perusahaan.

Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Ira (2014) yang menyebutkan bahwa *CSR* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Prosentase kepemilikan manajemen dan profitabilitas sebagai

variabel moderating mampu mempengaruhi hubungan *CSR* dengan nilai perusahaan.

Penelitian yang berkenaan dengan *CSR*, nilai perusahaan dan profitabilitas menarik untuk diteliti kembali, mengingat penelitian sebelumnya memberikan hasil yang berbeda-beda dalam penelitiannya. Oleh karena itu, peneliti akan meneliti kembali berkenaan dengan pengungkapan *CSR*, perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada periode tahun yang diambil yaitu tahun 2011-2013 dengan judul **“Pengaruh Pengungkapan *CSR* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi pada Perusahaan Manufaktur di BEI Periode Tahun 2011-2013).”**

B. Perumusan Masalah

1. Apakah pengungkapan *CSR* (*Corporate Social Responsibility*) mempengaruhi nilai perusahaan?
2. Apakah *CSR* (*Corporate Social Responsibility*) mempengaruhi nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan
 - a. Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *CSR* (*Corporate Social Responsibility*) terhadap nilai perusahaan.
 - b. Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *CSR* (*Corporate Social Responsibility*) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating.

2. Manfaat

- a. Bagi perusahaan, dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting* dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial.
- b. Bagi investor, akan memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter.
- c. Bagi masyarakat, akan memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku- perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh,
- d. Bagi lembaga – lembaga pembuat peraturan atau standar, misalnya Bapepam, IAI dan sebagainya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi penyusunan standar akuntansi lingkungan dan sebagai bahan masukan dalam meningkatkan kualitas standard dan peraturan yang sudah ada.

D. Sistematika Penulisan

Agar dalam penulisan skripsi ini lebih sistematis dan terfokus dalam satu pemikiran maka dalam skripsi ini di bagi dalam 5 bab dimana

dalam setiap bab terdiri dari beberapa sub bab. Adapun sistematika pemabahasannya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang landasan teori yang digunakan, penelitian terdahulu, hubungan antar variabel, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini akan membahas variabel penelitian beserta definisi operasionalnya, penentuan sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas mengenai gambaran umum obyek penelitian, analisis data dan pembahasan dari analisis data.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan – kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian dan saran–saran, sebagai masukan bagi perusahaan dan penelitian selanjutnya.